

основе базы данных «Товарооборот», включающей сведения о фактическом товарообороте за ряд прошлых лет, за отчетные периоды текущего года; план товарооборота на текущий год; задание пятилетнего плана на предстоящий год; проекты планов товарооборота, разработанные магазинами. Эти показатели формируются в подсистеме управления товарооборотом. Однако для разработки оптимального плана необходимы дополнительные сведения о наличных товарных ресурсах, особенностях развития спроса, не учтенных в пятилетнем плане изменениях в составе торговой сети и т. д. Состав дополнительной информации определяется методикой планирования. Трудности здесь возникают при организации ввода дополнительной информации в базу данных. Возможным решением этого вопроса может быть использование системы управления базами данных (СУБД), работающей как с базами данных, так и с локальными массивами.

Характерной особенностью задач ТЭП является многовариантность их решения, что служит предпосылкой широкого использования ЭММ. При этом возникает проблема тесной взаимосвязи между ЭММ и действующим порядком планирования при обеспечении его оптимизации. В действующих в Белоруссии АСУ оптовых баз не используются ЭММ для задач ТЭП, таких, как расчет плана закупа и продажи товаров в ассортименте; расчет спецификаций на поставку и реализацию товаров в развернутом ассортименте; расчет транзитной разрядки на поставку товаров в развернутом ассортименте; расчет плана поставок в развернутом ассортименте и др. В результате на оптовых базах не решена проблема оптимизации планирования.

Рассмотренные в статье особенности и проблемы создания подсистемы ТЭП в АСУТ оказывают существенное влияние на качество планирования с помощью ЭВМ.

*Р. П. Валевич, Р. Л. Гайдук, И. К. Козлова,*  
канд. экон. наук (БГИНХ)

## **О ФОРМИРОВАНИИ ЗАКАЗА С УЧЕТОМ ЦЕНОВЫХ ГРУПП**

XXVI съезд КПСС принял решение о внедрении комплекса мер по совершенствованию хозяйственного механизма в целях воздействия на рост эффективности общественного производства и качества продукции.

Улучшение хозяйственного механизма предусматривает прежде всего повышение роли планирования. Серьезной модернизации подвергаются система планов, плановых показателей, условия, создаваемые для повышения технико-экономической обоснованности планов, их стабильности и сбалансированности. В планах значительно увеличивается номенклатура производства товаров в натуральном выражении, меняются критерии оценки результатов деятельности, что позволит полнее учесть в них интересы потребителя.

Необходимость обеспечения приоритета потребителя выдвигает на передний план проблему совершенствования системы заказов и заявок, так как торговля является связующим звеном между производством и потребителем.

В настоящее время заявка, заказ не всегда отвечают повышенным требованиям, предъявляемым к планированию производства в более широком ассортиментном разрезе. О случаях несостоятельности заказов на отдельные товары уже не однажды писали в экономической литературе [1].

Сжатые сроки, трудоемкость и сложность процесса составления заявки, как правило, на базе неполной и не всегда репрезентативной информации; отсутствие простых, но достаточно обоснованных методик, кодификаторов, отражающих основные потребительские свойства товаров, автоматизированной обработки информации с использованием математических моделей, реально описывающих экономические явления; недостатки в изучении спроса — вот далеко не полный перечень причин низкого уровня заявочной работы.

Ныне утверждено новое Положение о порядке формирования заявок и заказов, планов производства и поставок товаров легкой промышленности и подведении итогов ярмарки по оптовой продаже этих товаров. Однако и оно не ликвидировало всех причин, снижающих качество заявки. На недостатки этого положения обращено внимание экономиста Е. Уруцкоевой [2]. Соглашаясь с предложениями, высказанными в данной статье, на наш взгляд, положение следует совершенствовать за счет улучшения методики составления заказа. Необходимо отступить от традиционных и привычных методов и строить заказ с учетом ценовых групп. Этим предложением продолжается тема, поднятая нами ранее [3]. Важнейшими элементами внутреннего рынка любой группы товаров являются непременно спрос, предложение и цена. Предложение является возрастающей функцией цены, а спрос — убывающей.

Уровень розничных цен в значительной мере влияет на объем и структуру производства товаров народного потребления, является активным фактором управления спросом и оптимизации структуры потребления. Технический прогресс, повышение качества продукции, создание условий для рентабельной работы влекут за собой изменение розничных цен.

Постановлением ЦК КПСС и СМ СССР от 12 июля 1979 г. в целях стимулирования производства технически сложных изделий, модных, новых, аттестованных «Знаком качества», разрешено повышать розничные цены для дестимулирования изготовления продукции второй категории качества, устанавливать скидки с оптовых цен или перечислять прибыль от ее реализации в бюджет.

Планомерное использование цен для сбалансирования спроса и предложения, учет их при формировании заказа требуют детального изучения взаимосвязи спроса, предложения и цены.

В условиях социалистической экономики отклонение цен от стоимости в ту или иную сторону может происходить при сохранении фиксированного их уровня по группам товаров. Например, по

данным Белкоопсоюза, по кожаной обуви с 1977 по 1981 г. при значительной вариации цен, если их рассматривать по каждой ассортиментной позиции ( $R=57,98$  руб.,  $\delta=6,64$  руб.,  $V=51,4\%$ ), среднегрупповая цена реализованной обуви относительно стабильна. Внутри групп выявлены свои закономерности. Так, чем насущнее потребность в товаре, тем в меньшей степени реагирует спрос на изменение его розничной цены. Например, несмотря на рост средних цен на обувь домашнюю (на  $11,8\%$ ), связанный с улучшением моделей и качества сырья, ее продажа в 1981 г. в сравнении с 1977 возросла на 2,2 пункта. Удельный вес в общем объеме реализации кожаной обуви повысился с 4,3 до 5,3 %.

С увеличением денежных доходов, повышением уровня жизни трудящихся спрос переключается на товары высокого качества, улучшенных моделей. Эта закономерность подтверждается анализом поступления, продажи, товарных запасов кожаной обуви по назначению, потребительским свойствам. В последние пять лет наметилась тенденция «оседания» в торговле более дешевых моделей кожаной обуви, поступления и реализации более дорогих. Среднегрупповая цена кожаной обуви в товарных запасах кооперативной торговли в 1981 г. сравнительно с 1977 г. выросла на 3,2 %, поступившей и реализованной, соответственно, на 11,7 и 9,3 %.

Объем товарооборота растет за счет структурных изменений. Постоянно действует тенденция увеличения размеров продажи обуви из натурального сырья и модельной. Более  $\frac{2}{3}$  в общем объеме реализации составляет обувь хромовая, в том числе 52,4 % для женщин. В то же время, несмотря на повышенный спрос на обувь лучшего качества, дорогую, ее доля в товарных запасах еще довольно значительна (например, 73,2 % в общем объеме женской хромовой обуви). Это в основном обувь немодных моделей и расцветок, неудобная в носке, цена на которую не соответствует качеству изделия.

В данной ситуации с учетом сложности и постоянной обновляемости ассортимента, перехода торговли на пятилетние соглашения с промышленностью, повышения роли натуральных показателей, анализ динамики цен становится необходимым при формировании заявок на потребность в товарах. Кроме того, фактор взаимозаменяемости также определяет степень реакции спроса на конкретную модель при условии изменения розничной цены на другие модели. Характеристика «вклада» каждой ассортиментной позиции в общее изменение розничной цены по группе (подгруппе) позволяет осуществить регулировку структурного соответствия между спросом и предложением на этапе корректировки и экспертной оценки заявки (табл. 1).

Из таблицы следует, что рост розничной цены на кожаную обувь в анализируемом периоде составил 9,2 %, в том числе за счет сложившейся структуры реализации обуви хромовой — на 6,8 %. Дифференциация розничных цен на товар в динамике еще более значительна. Так, если за 1977—1981 гг. средняя розничная цена обуви женской хромовой выросла на 2 %, то модельной —

Таблица 1

Характеристика доли каждой ассортиментной позиции в общем изменении розничной цены по кожаной обуви  
(по данным контрольно-ассортиментных пунктов Белкоопсоюза)

Ассортимент обуви	1977 г.			1981 г.			$i_p = P_1/P_0$	$P_0q_1$	$d_1 = P_0q_1/\sum P_0q_1$	$i_p d_1$	$d' = i_p d_1/\sum i_p d_1$	$\Delta i_p d_1 = i_p d_1 - d'$
	цена, руб. ( $P_0$ )	количество, пар ( $q_0$ )	товарооборот, руб. ( $P_0q_0$ )	цена, руб. ( $P_1$ )	количество, пар ( $q_1$ )	товарооборот, руб. ( $P_1q_1$ )						
Юфтяная	11,50	87762	1009263	12,33	66713	822571	1,072	767199	0,029	0,031	0,028	0,003
Хромоная	16,76	1266558	21227512	18,45	1150011	21217703	1,101	19274184	0,731	0,805	0,737	0,068
Текстильно-комбинированная	7,50	251951	1889632	8,47	250025	2117712	1,129	1875187	0,071	0,080	0,073	0,007
Обувь с верхом из заменителей кожи	14,65	185622	2719362	14,51	178056	2583592	0,990	2608520	0,099	0,098	0,091	0,007
Легкая	3,12	184788	576538	3,55	148513	527221	1,138	463360	0,018	0,020	0,018	0,002
Домашняя	3,46	357577	1237216	3,87	39876	1524300	1,118	1362811	0,052	0,058	0,053	0,005
Всего кожаной обуви	12,28	2334258	28659523	13,16	2187194	28793099	1,071	26351261	1,000	1,092	1,000	0,092

на 8,7 %. В то же время цены на обувь гусариковую, мальчиковую, школьную, детскую, малодетскую остались практически неизменными.

Дезагрегация подгрупп на составляющие и проведение анализа по аналогу дает более глубокое представление о степени влияния розничных цен  $i$ -го товара на среднюю розничную цену по подгруппе. Рассмотрение этого процесса не только в статике, но и динамике позволяет установить тенденции, на которых базируются прогноз розничных цен по каждой ассортиментной позиции бланка заявки и расчет потребности в товарах в стоимостном измерении на ближайшую перспективу (1—2 года).

Однако даже этот простейший анализ розничных цен (см. табл. 1) невозможен без автоматизированных расчетов. Создание Республиканского вычислительного центра Белкоопсоюза, вычислительных центров Минского и Брестского облпотребсоюзов является первым шагом к углублению экономического анализа, снижению трудоемкости расчетов, повышению обоснованности принимаемых коммерческих решений.

Партия и правительство, ориентируя торговлю на необходимость отражения в заказе спроса населения на конкретный товар, требуют дальнейшего совершенствования его изучения.

Проведенный анализ позволил выявить тенденции в изменении спроса при изменении цены по кожаной обуви. По данной методике целесообразно его проводить по всем группам товаров, за исключением изделий первой необходимости, спрос на которые относительно постоянен. Результаты данного исследования показывают одно из направлений изучения и прогнозирования спроса на товары народного потребления.

Формирование заказа с учетом ценовых групп, закономерностей развития спроса под влиянием цены будет в значительной степени способствовать совершенствованию хозяйственного механизма.

#### Литература

1. Моторин И. С. Завод — магазин — покупатель. — Знание, 1981, № 1, с. 57; Данилов Е. И. Социально-экономическая эффективность торговли. — Знание, 1983, № 1, с. 7. 2. Уруцкоева Е. Обеспечить приоритет потребителя. — Советская торговля, 1982, № 9, с. 17. 3. Валевич Р. П. О формировании заказов на товары с учетом спроса населения. — В кн.: Торговля. Минск, 1981, вып. 8, с. 31.

*П. П. Мезян*  
(Бел. филиал ВНИИЭКТ)

### МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПЕРВОГО ЭТАПА ПЛАНИРОВАНИЯ ТОРГОВЫХ СКИДОК

Значительные трудности при планировании торговых скидок возникают из-за отсутствия информации об уровне издержек обращения и рентабельности по товарам и товарным группам, реализуе-